



Koen en de

Hij maakt de wereld graag mooier. Dagelijks vertoeft Koen Sanders (28) als manager Communicatie en PR van de Efteling in de sprookjeswereld. Zijn ideale wereld want hier komen creatief, communicatie en zakelijk bij elkaar. De Eindhovenenaar is ook erg actief in zijn eigen stad. En hij doet het allemaal graag. „Ik hoef geen lintje.”

TEKST: MARIE-JOSÉ DEKKERS

FOTO'S: GERARD VAN HAL

Koen Sanders is een van de drijvende krachten achter Eindhoven Culinair en zet hij zich als voorzitter in voor de Wim van Doorne Muziekkiosk. Hij kookt,

doet een beetje aan squashen en golfen. Je vindt hem weinig thuis op de bank bij vriendin en hond. „Zoveel leuke mensen en dingen.” Het moge duidelijk zijn, Koen Sanders heeft de wind mee.

Hij mag dan geboren zijn in Veghel en al jong in Australië hebben gewoond - pa ging voor Mars twee jaar naar 'down under' - Sanders voelt zich honderd procent Eindhovenenaar.

„Mijn ouders en grootouders komen uit de buurt. Mijn band met Eindhoven kenschetst zich als een onderbuikgevoel. De stad is méér dan een plek waar ik woon. Zodra ik in de auto het bord aan de stadsgrens zie, voel ik me thuis. Laatst kocht ik FRITS bij de nieuwe Van Piere en dacht: 'Zie je wel dat we een echte stad zijn?' Het klopte gewoon.”

Drie musketiers

Van zijn Australiëtijd is wel wat blijven hangen. „Je hoort 't wanneer ik Engels spreek. Toen we een paar jaar geleden teruggingen op vakantie, bleek ik toch ook wat herinneringen te hebben opgeslagen.” ‘We’ is het complete gezin Sanders: „Pa, ma en - mijn ouders hebben

geen lettergrepen verspild aan onze namen - mijn twee jongere broers Bob en Rik. We zijn nog steeds de drie musketiers, we hebben veel contact. Vroeger hadden we op vakantie geen entertainment nodig; een bal en een zwembad waren genoeg.”

Hotemetoten

Vanuit dat veilige nest trok Koen naar het Bischof Bekkers College. „Netjes in zes jaar VWO gedaan. Maar wel, toen al, met veel dingen ernaast. Ik ben niet bovengemiddeld geïnteresseerd in politiek, maar heb wel aan het Europees Jeugd Parlement deelgenomen. Debatteren sprak me wel aan, plus wie wil er nou niet een week in een mooie stad zitten mét toestemming van school?”

Koen schopte het tot plenair voorzitter van de nationale editie. „Twee weken in de Verenigde Staten met het Young Global Leaders Congres. Zo heb ik New York en Washington leren kennen.” Hij kijkt er met genoegen op terug: „Je verwacht een 'nerdy' wereldje; maar het tegendeel bleek waar. Het was één groot feest en ik ontmoette Jesse Jackson en andere hotemetoten. Het meeste heb ik geleerd van de voorzittersrol. Iedereen roept, daar moet je naar luisteren, de grote lijnen bewaken en ervoor zorgen dat er na drie dagen iets concreets ligt.”

Hij heeft er geen politieke ambities aan overgehouden. „Zo'n trage besluitvorming. Je bent lang bezig om mensen te overtuigen en er blijft maar een fractie van het oorspronkelijke idee

draak



overeind. Maar de ervaring komt wel overal van pas.”

Geen corpsbal

Dat geldt ook voor zijn studie economie in Tilburg. „Het is een algemene studie waar je alle kanten mee op kunt. Maar ik werd geen corpsbal. Ik heb wel aan de intro meegedaan, deed alsof ik geïnteresseerd was; een week gratis drinken. Maar ik had geen zin om me af te laten blaffen door iemand die er een jaar langer zit.”

Na zijn propedeuse kwam hij erachter dat je geen colleges nodig hebt om uit de boeken te leren. „Ik ging bij Korteweg Communicatie werken en dat ging zo goed dat ik zowat full-time account management deed. Vervolgens kwam ik bijna als vanzelf in een creatief team terecht. Zat ik concepten te maken. Dat heb ik tot het einde van mijn studie volgehouden.” Daar deed hij dan ook zeven jaar over, dat wel. „Ik sloot me een paar dagen voor de tentamens op om te stampen.”

Maar heeft hij er wat aan gehad? „Met de wijsheid van vandaag: ik had de studie praktischer en toepasbaarder verwacht. Daarom koos ik ook voor de meest marketinggerichte specificatie, service- en retailmarketing. Bovendien, ik stond al middenin de praktijk, ik deed al dingen zonder de theorie erachter, die kwam later.”

En hij had een stok achter de deur: „Ad van Bergeijk, toen al medebestuurder van Eindhoven Culinaire, triggerde me. Deed hij wel vaker: ‘Moet je niet eens gaan afstuderen?’ Ik nam afstand tot het operationele bij Korteweg en werkte in twee maanden tijd vier vakken weg en zo kon ik beginnen bij Ad; afstuderen in het beslissingsproces rond participeren in vastgoed-CV's.” Daarna trok het commercieel vastgoed. „Twee jaar bedrijfsmakelaardij bij Bossers & Fitters.”

Of hij nog niet genoeg te doen had, 'bouwde' hij links en rechts feestjes. De Eindhovense Heerenzitting mede-opgericht, de organisatie van de jaarlijkse Sponsor Special van de Wim van Doorne Muziekiosk, samen met Lei Willems professioneel in de evenementen, om toch maar te besluiten dat als hobby te blijven doen.

'Eftelingiseren'

En alweer kwam er een nieuwe uitdaging voorbij. „Ik werd op de vacature bij de Efteling geattendeerd en wist meteen: dit is het. De ideale combinatie van creatief, com-

municatie en zakelijk.” Dus belandde hij na een uitgebreide procedure – „met uiteindelijk een hele dag tests en assessments” – per 1 januari in de wondere wereld in Kaatsheuvel. „Ik kende het bedrijf als consument. Nu loop ik er heel anders rond. En vaak; ik probeer zo veel mogelijk lopend door het park te overleggen, om het door en door te leren kennen. Ik kijk er nu ook anders naar, zie niet alleen de mooie buitenkant, maar ook de inspanning die erachter zit. Hoe weinig toevallig en 'gewoon zo' is, los van het alledaagse.”

„Sprookjes bestaan. Dat klinkt hol, maar dat is precies wat we hier doen: sprookjes laten leven.”

„Sprookjes bestaan. Dat klinkt hol, maar dat is precies wat we hier doen: sprookjes echt laten leven, alles moet in die wereld passen. Neem de nieuwe houten racer-achtbaan Joris en de Draak (gaat op 1 juli open – red.). Zo'n attractie had ook elders kunnen staan, maar wij 'Eftelingiseren' 'm. Alles wordt tot in detail nagebootst. Wie is Joris, wat doet ie? Het verhaal en de uitstraling moeten consequent zijn.”

Hij kreeg er nog meer taken op zijn bordje. „Sinds 1 april zijn we voor eeuwig open, 365 dagen per jaar. De Winter Efteling wordt dus niet meer tijdens de sluiting in februari en maart omgebouwd, dat gebeurt nu 's nachts. En vakantiepark Bosrijk, onze grootste investering ooit, was net geopend.”

Maar mensen kennen de Efteling toch wel? „Natuurlijk. Vorig jaar trokken we een record van vier miljoen bezoekers. Maar die willen we graag meer spreiden. Bovendien is het merk 'Efteling' wel enorm gegroeid, intern zijn sommige dingen nog niet meegegaan in die vaart. Zo'n sterk merk is toch kwetsbaar, behoeft oppoetsen om het sprankelend te houden. Dat bewaken we. We willen tot de top van Europa blijven behoren, een volwaardig entertainmentbedrijf dat we actief en nog beter presenteren. Dat doen we dus met 2.200 medewerkers, ongeveer de helft aan FTE's. Mijn afdeling telt een mix van twaalf ervaren en jongere dames. En dat is soms wel eens een kippenhok, ja.”

Na die dagtaak gaat Koen elke dag met ple-



zier terug naar Eindhoven. Om ook daar niet stil te zitten. „Eindhoven waardeert het als je iets voor de stad wilt doen. Met Eindhovenaren onderling lukt dat al snel. Ik zie het niet als vrijwilligerswerk, het is gewoon leuk om te doen. Ik hoef er geen lintje voor, doe het niet om de stad te positioneren. Als je je ervoor openstelt, zie je het mooie van de stad, die eigenlijk een dorp is. Je ziet vaak dezelfde mensen en als je er wat moeite voor doet, hoor je erbij. Niet moeilijk doen. Doe maar gewoon, maar dan wel ambitievol, dat is Eindhoven. PSV reflecteert eigenlijk wat de stad is: niet


hard schreeuwen, maar wel aan de top meedoen als je toch goed bent.” En met een grote grijns: „Laten we het maar niet teveel over PSV hebben, dat is een andere Sanders.”

Culinairder

Niet alleen met Eindhoven Culinair mikt Koen op de inwendige Eindhovenenaar. Als lid van de Eindhovensche Kookclub – „ondernemende jongens onder de dertig” – geeft hij ook elk jaar wat extra aandacht aan stadgenoten door voor hen te koken. „Zijn we twee jaar geleden mee begonnen, in woonzorgcentrum Vitalis

Wissehaege in Stratum. Uitgebreide barbecue, Marco Bakker laten zingen, alles zelf meegenomen, bereid en opgeruimd. Vorig jaar trakteerden we op chinees. Ze rekenen in september weer op ons. Ach ja, als je iets twee of drie keer doet, is het ineens traditie. Geen probleem, gewoon effe doen, gas geven. Mensen maken er wel eens zo'n heisa van, is nergens voor nodig.” Met dezelfde voortvarende aanpak wordt Eindhoven Culinair opnieuw in de markt gezet. „De editie van 2008 was een groot succes, maar daar wilden we geen slaaf van worden. Het mag geen elitair feestje worden maar er kwam steeds meer nadruk op de natte horeca, om het maar netjes uit te drukken. Mensen gingen zelfs eerst in de stad eten, dat was een belangrijk signaal! We willen een brede doelgroep aanspreken, het moest anders. Vorig jaar zagen we op tijd dat het niet ging lukken, je hebt maar één kans om je concept goed neer te zetten. Dat doen we nu. Het terrein achter het Stadspaviljoen komt erbij. Zo hebben we meer ruimte; het werd veel te druk, dat moet je niet willen. We creëren nu een logische route, met meer ruimte voor terrassen, niet zozeer meer mensen. En de deelnemerslijst is geweldig; bekende en nieuwe namen, alleen maar de bovenkant van de horeca. De sterrenrestaurants zijn de kers op de taart. Alle deelnemers staan hier om zich te promoten, live hun sfeer te laten zien en proeven. Dat is zeker nu aantrekkelijk.”

„Eindhoven Culinair was in 2008 een groot succes, maar daar wilden we geen slaaf van worden.”

Meer nadruk op het culinaire dus. Hij is er maar druk mee. „Het is wel eens lastig om de tijd te verdelen. Maar het gaat lukken, we zetten Eindhoven Culinair stevig neer. De taken zijn goed verdeeld, tussen de bedrijven door kun je veel doen. Ach, het is een hobby. Andere mensen doen aan duivenmelken. En de vergaderingen zijn altijd gezellig.” 

Eindhoven Culinair is van 21 tot en met 24 mei in het Stadswandelpark. FRITS is sponsor. Kijk op www.eindhovenculinair.com voor meer informatie en alle deelnemers.

